21 巻 2 号　（ 2027.1.10 頃発売予定 発行 18,000部 約 90ページ A4変型判 ）

チームケア時代を拓く
看護マネジメント力UPマガジン

Nursing BUSINESS 2027.2月号

第1特集

「伝えたのに変わらない」がなくなる！
すごいフィードバック（仮）

企画：澤邉綾子 医療法人社団大坪会 東和病院 看護部長

スタッフの成長とチーム力向上につなげるためのフィードバックを特集します。褒め方・しかり方の基本、1on1や面談での伝え方、心理的安全性を損なわない指導、行動変容を促す声かけなどを解説し、看護管理者が日々の関わりのなかで実践できるフィードバックの工夫を紹介します。

1.	総論：スタッフの経験を「成長」に変えるフィードバック	倉岡有美子	令和健康科学大学 看護学部看護学科 教授
2.	解説：成長と行動変容につながる「褒め方」「しかり方」	藤井庸子	株式会社ソルネット経営 代表取締役
3.	ケースで学ぶ こんなとき、どうフィードバックする？	藤井庸子	株式会社ソルネット経営 代表取締役
4.	事例①：日々の業務でフィードバックを活かした事例	中原美佳	医療法人社団大坪会 東和病院 教育担当看護師長
5.	事例①：日々の業務でフィードバックを活かした事例	松倉晶子	八戸市立市民病院 看護師長

第2特集

「このままでいいのかな」と感じたら
ミッドライフクライシスを乗り越えるヒント（仮）

執筆：舩山健二 新潟県立看護大学 精神看護学 講師
企画：ナーシングビジネス編集室

キャリアの節目に直面する不安や停滞感にどう向き合えばよいでしょうか。ミッドライフクライシスの特徴や背景を整理しながら、自分の価値観を見つめ直し、モチベーションを再生するヒントや、これからの役割や働き方を再定義する視点を紹介します。

1. 解説：ミッドライフクライシスの正体を知る

1－1. ミッドライフクライシスの定義的な解説

1－2. 特徴や背景の整理：バイオ（更年期）・サイコ（発達課題）・ソーシャル（社会人としての役割、家庭内での役割、職場内での役割）の視点から解説

1－3. 不安や停滞感を特別なものではなく成長のサインとして捉える視点を紹介

広告締切 申込締切日：2026.11.16 版下出版社必着：4C 2026.11.16 1C 2026.11.30 綴込 2026.12.3

広告料（税抜き）

掲載面	刷色	スペース	料金	サイズ(mm)
表4	カラー	1頁	300,000	225×200【断ち切り】
表2	カラー	1頁	280,000	280×210【断ち切り】
表2見開き	カラー	2頁	350,000	280×420【断ち切り】
表3	カラー	1頁	250,000	280×210【断ち切り】
目次前または対向	カラー	1頁	260,000	280×210【断ち切り】
記事中※	カラー	1頁	180,000	280×210【断ち切り】
記事中	1色	1頁	120,000	280×210【断ち切り】
記事中	1色	1/2頁	60,000	120×180
綴込		1枚	140,000	仕上がりに天地左右3mm タチシロありの印刷物

※掲載場所指定は20%増の料金となります（記事中カラーのみ対応）。

取扱い広告代理店

●広告原稿は完全データでお願いします。 ※広告掲載前に審査がございます。事前に広告内容をお知らせください。
※表2見開きは年間契約のみ承っております。
●入稿の際は、広告データ、出力見本（確認用PDF）をご準備ください。
●広告掲載スペースには、断ち切りサイズ掲載可能スペースと、掲載不可のスペースがあります。掲載スペースとサイズをご確認ください。
●企画内容が変更になる場合があります。

◇この内容は、弊社ホームページ内の「掲載可能な専門誌一覧（https://www.medica.co.jp/ad/）」からダウンロードできます。

発行：株式会社メディカ出版

21 巻 2 号 （ 2027.1.10 頃発売予定 発行 18,000部 約 90ページ A4変型判 ）

チームケア時代を拓く
看護マネジメント力UPマガジン

Nursing BUSINESS 2027.2月号

2. 実践：ミッドライフクライシス への処方箋

2－1. ネガティブケイパビリティという能力に意識を向ける

2－2. 交代勤務という特性に配慮した睡眠の質について

2－3. 一般的なストレス対処法について

2－4. 弱いつながりの強さ(マーク・グラノベッターの理論)を日々の看護実践に取り入れる

3. 視点：ミッドライフクライシスへ配慮した組織運営

3－1. 管理職がミッドライフクライシスの存在を知る(認識する)ことの重要性、人それぞれ異なるという認識

3－2. ミドル世代の不満と不安に応える：体験的気づきの重要性(認識理論で説明)

3－3. クリニカルラダーにあてはめないこと

ラダー運用に固執する思考そのものを問う必要性

「委員会活動」や「看護研究当番」に対しても警鐘を鳴らす

読者ターゲット 医療施設に勤める看護師長、副看護部長、看護部長、次世代の看護管理職候補スタッフ(30歳代～50歳代のキャリア・エグゼクティブクラスのナース)

ADポイント 医療現場の運営に携わるエグゼクティブクラスのナースに、ビジネスの視点からの最新情報を提供します。

PR効果が期待される商品

・医療従事者向け保険・医療備品・医療機器・電子カルテ
・ベッド・環境会社・オフィス用品
・パソコン・建築業者

・英会話・美容・航空会社
・旅行代理店・温泉・ホテル・レストラン・インテリア・不動産
・銀行・医療保険・証券会社・ファッション・宝飾品

広告締切 申込締切日：2026.11.16 版下出版社必着：4C 2026.11.16 1C 2026.11.30 綴込 2026.12.3

広告料（税抜き）

掲載面	刷色	スペース	料金	サイズ(mm)
表4	カラー	1頁	300,000	225×200【断ち切り】
表2	カラー	1頁	280,000	280×210【断ち切り】
表2見開き	カラー	2頁	350,000	280×420【断ち切り】
表3	カラー	1頁	250,000	280×210【断ち切り】
目次前または対向	カラー	1頁	260,000	280×210【断ち切り】
記事中※	カラー	1頁	180,000	280×210【断ち切り】
記事中	1色	1頁	120,000	280×210【断ち切り】
記事中	1色	1/2頁	60,000	120×180
綴込		1枚	140,000	仕上がりに天地左右3mm タチシロありの印刷物

※掲載場所指定は20%増の料金となります(記事中カラーのみ対応)。

取扱い広告代理店

●広告原稿は完全データでお願いします。 ※広告掲載前に審査がございます。事前に広告内容をお知らせください。
※表2見開きは年間契約のみ承っております。
●入稿の際は、広告データ、出力見本(確認用PDF)をご準備ください。
●広告掲載スペースには、断ち切りサイズ掲載可能スペースと、掲載不可のスペースがあります。掲載スペースとサイズをご確認ください。
●企画内容が変更になる場合があります。

◇この内容は、弊社ホームページ内の「掲載可能な専門誌一覧(https://www.medica.co.jp/ad/)」からダウンロードできます。

発行：株式会社メディカ出版